

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. EZYLOAD NUSANTARA  
SURABAYA**

**S K R I P S I**

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**FARIS DANNY SETIAWAN**  
**0512010278 / FE / EM**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2011**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. EZYLOAD NUSANTARA  
SURABAYA**

**S K R I P S I**



Oleh :

**FARIS DANNY SETIAWAN**  
**0512010278 / FE / EM**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2011**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Sugeng Purwanto, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Ilahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, September 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>ix</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori .....	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
2.2.1.2. Konsep Pemasaran.....	10
2.2.1.3. Tujuan Pemasaran.....	11
2.2.2. Kualitas Layanan.....	12
2.2.2.1. Pengertian Kualitas Layanan .....	12
2.2.3. Kepuasan Pelanggan .....	14

2.2.4. Loyalitas Pelanggan .....	17
2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2.6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21
2.3. Kerangka Konseptual .....	23
2.4. Hipotesis.....	24

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	25
3.1.1. Definisi Operasional .....	25
3.1.2. Pengukuran Variabel .....	28
3.2. Teknik Penentuan Sampel .....	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.3.1. Jenis Data .....	31
3.3.2. Sumber Data .....	31
3.3.3. Pengumpulan Data .....	31
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	32
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas .....	32
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat .....	33
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat .....	33
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat .....	33
3.4.3. Uji Normalitas Data .....	34
3.4.4. Pemodelan SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ) ...	34
3.4.5. Uji Hipotesis .....	36

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	39
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	39
4.1.2. Deskripsi Kualitas Layanan (X) .....	40
4.1.3. Kepuasan Pelanggan (Y) .....	42
4.1.4. Loyalitas Pelanggan (Z).....	44
4.2. Analisis Data .....	45
4.2.1. Uji Outlier.....	45
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	47
4.2.3. Uji Validitas .....	48
4.2.4. Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> ..	49
4.2.5. Evaluasi Normalitas .....	51
4.2.6. Analisis Model <i>One – Step Approach</i> to SEM .....	52
4.2.7. Uji Kausalitas .....	55
4.3. Pembahasan.....	56
4.3.1. Pengujian Hipotesis Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan .....	56
4.3.2. Pengujian Hipotesis Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	57

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	59
5.2. Saran.....	59

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan di PT. Ezyload Nusantara Surabaya Periode Mei – Desember 2010 .....	3
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Layanan (X) .....	41
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y).....	43
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Z) .....	44
Tabel 4.6. <i>Residuals Statistics</i> .....	46
Tabel 4.7. Pengujian <i>Reliability Consistency Internal</i> .....	47
Tabel 4.8. <i>Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis</i> .....	49
Tabel 4.9. <i>Construct Reliability dan Variance Extracted</i> .....	50
Tabel 4.10. <i>Assessment Of Normality</i> .....	51
Tabel 4.11. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Base Model</i> .....	53
Tabel 4.12. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model.....	54
Tabel 4.13. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach –Modifikasi</i> .....	55
Tabel 4.14. Uji Kausalitas Antar Faktor .....	56



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Konseptual.....	23
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Base Model.....	53
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Modifikasi Model.....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y), Dan Loyalitas Pelanggan (Z)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. EZYLOAD NUSANTARA  
SURABAYA

Oleh :

FARIS DANNY SETIAWAN

Abstraksi

Berdasarkan data jumlah pelanggan di PT. Ezyload Nusantara Surabaya dalam 8 bulan terakhir mulai bulan Mei – Desember 2010 menunjukkan telah terjadi kecenderungan penurunan jumlah pelanggan (*counter*) yang melakukan pembelian produk sistem elektrik voucher pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya. Fenomena tersebut mengindikasikan semakin rendahnya kepuasan pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya yang pada akhirnya menyebabkan semakin menurunnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya.

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner kepada pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya yang menjadi sampel. Skala pengukuran yang digunakan adalah *semantic differential scale* dengan teknik pengukuran dengan jenjang 1-7. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 pelanggan (*counter*). Teknik analisis yang digunakan adalah SEM untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya, dan kepuasan pelanggan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha ke persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat baik melalui peningkatan sarana dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk/jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya.

Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dan dapat pula mencapai tujuan yang diinginkan, setiap produsen dituntut lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan karena pada dasarnya pelanggan akan membeli suatu produk yang akan memuaskan keinginannya, sehingga dalam jangka panjang perusahaan dapat mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Mereka saling berlomba untuk memberikan kualitas layanan dan harga terbaik bagi pelanggannya agar yang menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi secara maksimal sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai.

Dalam bidang pengisian pulsa baik elektrik maupun voucher hal ini menjadi menarik karena pelanggannya banyak, dan pelanggan tersebut selalu mencari produk atau sistem pengisian pulsa yang sesuai dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Pada dasarnya pelanggan mempunyai kecenderungan untuk tidak berpindah ke produk merek lain dengan berbagai pertimbangan, salah satunya adalah harga. Maka dari itu setiap perusahaan yang bergerak di bidang pengisian pulsa harus lebih jeli dalam usahanya memperbanyak jumlah pelanggan dan menaikkan omzet penjualannya, yang pada akhirnya mampu meningkatkan laba perusahaan.

Pendapat tentang kepuasan pelanggan dikemukakan oleh Band (1991:30), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan akan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau loyalitas pelanggan.

Kotler (2000) dalam Japariato (2007: 36) menyatakan *“the long term success of the a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on the number who become repeat purchase”* dapat diartikan bahwa bahwa konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Anderson dan Sullivan (2003) dalam Herawati dan Halim (2008: 47) bahwa pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang akan bertahan,

dan pelanggan yang merasa tidak puas akan mengeluh dan pindah, sehingga tingkat kepuasan menjadi kunci dari loyalitas.

Obyek yang digunakan dalam penelitian adalah adalah pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya merupakan salah satu perusahaan pendistribusi produk-produk Indosat di Surabaya yang dalam sistem penjualannya berhubungan langsung dengan pelanggan secara kontinyu. Aktivitas PT. Ezyload Nusantara Surabaya disamping dilakukan berdasarkan order yang diterima, juga perusahaan terus berusaha untuk melakukan *selling* dengan produknya ke pelanggan langsung dan ke *counter-counter*. Oleh karena itu perusahaan selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggannya yang diberikan kepada pelanggan dengan begitu diharapkan order akan meningkat.

Berikut ini akan disajikan data jumlah pelanggan di PT. Ezyload Nusantara Surabaya dalam 8 bulan terakhir mulai bulan Mei – Desember 2010, sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Pelanggan di PT. Ezyload Nusantara Surabaya  
Periode Mei – Desember 2010

Periode	Jumlah Pelanggan (Counter)
May	213
June	268
July	185
August	316
September	358
October	221
November	197
December	162

Sumber: PT. Ezyload Nusantara Surabaya, Tahun 2010

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 8 bulan mulai dari Mei – Desember 2010 telah terjadi kecenderungan penurunan jumlah pelanggan (*counter*) yang melakukan pembelian produk sistem elektrik voucher pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya. Fenomena tersebut mengindikasikan semakin rendahnya kepuasan pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya yang pada akhirnya menyebabkan semakin menurunnya loyalitas pelanggan.

Terjadinya penurunan jumlah pelanggan (*counter*) yang melakukan pembelian produk sistem elektrik voucher pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan yang semakin rendah. Hal ini merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Terdapat beberapa hal hal yang menjadi penyebab dari rendahnya loyalitas pelanggan pada penjualan produk sistem elektrik voucher pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya antara lain: 1) berhubungan dengan kualitas layanan yaitu pengetahuan karyawan yang kurang bagus terhadap produk yang dijual dan 2) berhubungan dengan kepuasan pelanggan yaitu pengisian pulsa sistem elektrik yang kurang cepat.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herawati dan Halim (2008) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa jika kualitas layanan dan kepuasan konsumen semakin tinggi maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi juga.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian

dengan judul “Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya”.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya ?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ezyload Nusantara Surabaya.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :



1. Bagi Universitas

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembandingan bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi UPN “Veteran” Jatim khususnya pada Fakultas Ekonomi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandangan tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.